

**PENGARUH CITRA MEREK, HARGA DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE OPPO F1-PLUS*
(Studi Pada Konsumen di Kota Malang)**

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mencapai
Derajat sarjana Ekonomi**



OLEH:

RIZKI RAHMAN

201110160311134

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

2017

SKRIPSI

PENGARUH CITRA MERK, HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE OPPO F1 PLUS (Studi Kasus pada Konsumen di Kota Malang)

Oleh :

Rizki Rahman

201110160311134

Diterima dan disetujui
pada tanggal 01 November 2017

Pembimbing I,

Pembimbing II,


Dr. Marsudi, M.M.


Drs. Dicky Wisnu UR., M.M.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Ketua Jurusan,


Dr. Edah Zuhron, M.M.


Dr. Marsudi, M.M.

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH CITRA MERK, HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE OPPO F1 PLUS (Studi Kasus pada Konsumen di Kota Malang)

Yang disiapkan dan disusun oleh :

Nama : Rizki Rahman

NIM : 201110160311134

Jurusan : Manajemen

Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal 01 November 2017 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Universitas Muhammadiyah Malang.

Susunan Tim Penguji:

Penguji I : Dr. Eko Handayanto, M.M.

Penguji II : Dra. Ratih Juliati, M.Si.

Penguji III : Drs. Dicky Wisnu UR., M.M.

Penguji IV : Dr. Marsudi, M.M.

1.

2.

3.

4.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Ketua Jurusan,



Dr. Idah Zuhroh, M.M.

Signature of Dr. Marsudi, M.M.

Dr. Marsudi, M.M.

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah, atas berkat rahmat dan hidayah dari Allah SWT, penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul **Pengaruh Citra Merek, harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo F1 Plus** dengan baik sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai derajat gelar sarjana ekonomi. Sholawat serta salam semoga tetap terlimpahkan kepada baginda Nabi Muhammad SAW yang mengajarkan kita untuk selalu berdoa dalam meraih kebahagiaan dunia dan akhirat.

Dalam penulisan skripsi ini penulis banyak mendapat bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Melalui kesempatan ini tidak lupa penulis mengucapkan terima kasih yang tulus kepada:

1. Drs. Fauzan, M.Pd selaku rektor Universitas Muhammadiyah Malang
2. Dr. Idah Zuhro, M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang
3. Dr. Marsudi, M.Si selaku ketua program studi manajemen sekaligus Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, arahan dan nasehat.
4. Drs. Dicky Wisnu Usdek Riyanto, MM, selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, arahan dan nasehat.
5. Bapak/Ibu Dosen Pengajar, dan Karyawan Fakultas Ekonomi yang telah memberikan ilmu dan bantuannya.

6. Seluruh Staff dan dosen fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Malang yang telah membimbing peneliti dalam mengenyam pendidikan S-1 di Universitas Muhammadiyah Malang.
7. Kedua orang tua penulis, yang telah memberikan dorongan baik moril maupun materiil serta tidak pernah berhenti mendoakan hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Seluruh teman-teman Manajemen yang telah menjadi sahabat sejati buat penulis, terima kasih atas semuanya.
9. Serta semua pihak yang belum sempat tertulis pada lembar kertas ini, terima kasih banyak atas bantuan yang telah diberikan.

Akhirnya kami tidak lupa mohon maaf yang sebesar-besarnya selama perkuliahan ini terutama terhadap kekurangan yang ada dalam penelitian ini. Kami tetap berharap adanya kritik dan saran dari semua pihak demi perbaikan penelitian ini. Semoga penelitian ini bermanfaat, Amiin.

Terima kasih atas perhatiannya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

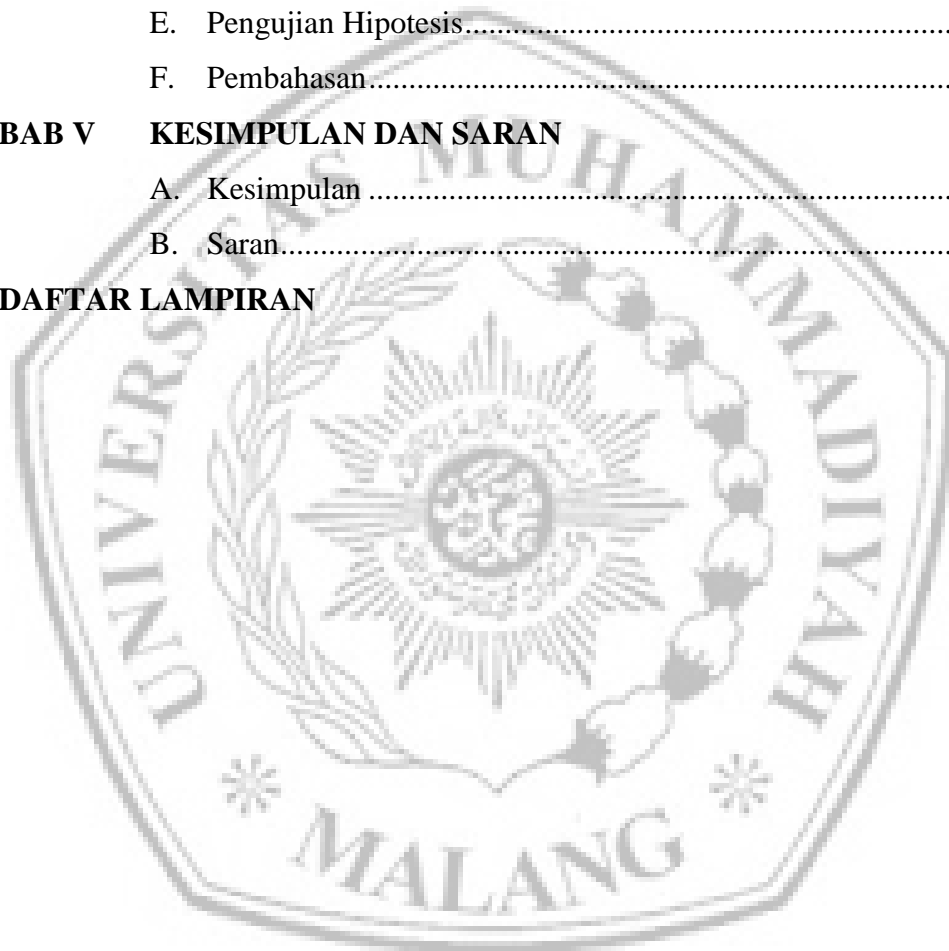
Malang, Oktober 2017

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
ABSTRAKSI.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Penelitian Terdahulu	10
B. Landasan Teori.....	11
1. Citra Merek	11
2. Harga.....	14
3. Kualitas Produk.....	18
4. Keputusan Pembelian	22
5. Hubungan Antar Variabel	26
6. Kerangka Pikir	27
7. Hipotesis	29
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Lokasi Penelitian.....	31
B. Jenis Penelitian.....	31
C. Populasi dan Sampel	31
D. Jenis dan Sumber Data	32
E. Definisi Operasional Variabel Penelitian	33
F. Pengukuran Data	35
G. Metode Pengumpulan Data	36
H. Uji Validitas dan Reliabilitas	36

I. Analisis Data	38
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	40
B. Uji Instrumen	42
C. Deskripsi Jawaban Responden	44
D. Hasil Analisis Data	49
E. Pengujian Hipotesis	52
F. Pembahasan	54
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	57
B. Saran	57
DAFTAR LAMPIRAN	



DAFTAR PUSTAKA

- Afandi, N. A. 2011. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta. Jakarta.
- Assauri, Sofjan. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Rajawali Pers. Jakarta.
- Buchari, Alma. 2007. *manajemen pemasran dan pemasaran jasa*. Alfabeta. Bandung
- Doni Defriansyah. Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Sriwijaya Indralaya). JEMBATAN - Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Terapan Tahun XIII No 2, Oktober 2016
- Erwin Adi Wijaya *et al.*, 2014. *Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Samsung Galaxy Series pada Mahasiswa Jurusan....* Universitas Jember
- Ghozali, Imam, 2005, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Universitas Diponegoro, Semarang
- Gujarati, Damodar. 2007. *Dasar-dasar pedoman praktis SPSS dalam ekonometrik*. USU Press. Medan.
- <https://id.m.wikipedia.org.teknologi-informasi> diakses pada tanggal 8 oktober 2016
- Keller, L. Kevin. 2003. *Building, Measuring and Managing Brand Equity*. New Jersey: Pearson Education
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong 2008 *Manajemen Pemasaran. Jilid 1 dan Edisi ke-11*. PT. Index kelompok Gramedia, Jakarta
- Kotler, Philip. 2000. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jilid 2. Jakarta: Erlangga, Surabaya: Universitas Widya Mandala Surabaya.
- _____, 2003. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi Keduabelas. Jakarta: Prenhallindo
- _____, 2005: *Manajemen Pemasaran (11th ed)*. Jakarta: Prenhallindo.
- _____, 2007. *“Manajemen Pemasaran di Indonesia”*. Terjemahan Susanto. AB. Buku 2. Penerbit Salemba empat. Jakarta
- _____, 2009: *Marketing Management with Brand Managemen (8th ed)*. Jakarta: Prenhallindo.

- Kuncoro, Mudrajat. 2009. *Metode Kuantitatif, Teori dan Aplikasi untuk Bisnis dan Ekonomi*, UPP STIM YKPN.Yogyakarta
- Maharani Batubara, 2015. Pengaruh Kepercayaan dan Citra Perusahaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Samsung Pada Mahasiswa USU Medan. Skripsi. Universitas Sumatera Utara
- Nugroho, Setiadi. J. 2003, *Perilaku Konsumen*. Kencana. Jakarta (2003):
- Pradipta, Anwar. 2012. *Perilaku Konsumen Di Era Internet Implikasinya Pada Strategi Pemasaran*, Graha Ilmu. Yogyakarta
- Simamora Bilson & Lim Johan. 2002. *Aura Merek*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Singarimbun & Effendi. 2002. *Metodologi Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung:Alfabeta.
- _____, 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Cetakan Keempat. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- _____, 2010 *Metode Penelitian Bisnis*, Cetakan Ketujuh, Penerbit Alfabeta CV, Bandung
- Sumarwan. 2003 “Perilaku konsumen”. Gahlia Indonesia. Bogor
- Tjiptono, Fandy. 2005. Strategi Pemasaran. Edisi Kedua, Cetakan Pertama, Penerbit Andi Offset. Yogyakarta.
- _____, 2007. *Strategi Pemasaran*. Cetakan Pertama. Edisi Kedua. Penerbit Andi Offset. Yogyakarta
- _____, 2008. *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia Publishing.
- _____, 2009. *Pemasaran strategik*. Penerbit Andi.Yogyakarta.
- Wijarnako. 2004. *Riset Bisnis*, Edisi 1, Surabaya: CV. Cahaya Press.
- www.academia.edu diakses pada tanggal 8 oktober 2016
- Zaltman, 2012 *Consumer Perceptions of Price, Quality and Value*.New York: Free Press.